

# 2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yanjiu1103/26802915L7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-03-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了中国葡萄酒行业的概念，接着分析了中国葡萄酒行业发展环境，然后对中国葡萄酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国葡萄酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国葡萄酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

葡萄酒是用新鲜的葡萄或葡萄汁经发酵酿成的酒精饮料。通常分红葡萄酒和白葡萄酒两种。前者是红葡萄带皮浸渍发酵而成；后者是葡萄汁发酵而成的。以成品颜色来说，可分为红葡萄酒、白葡萄酒及粉红葡萄酒三类。其中红葡萄酒又可细分为干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒，白葡萄酒则细分为干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒。

## 第一章 国产品牌葡萄酒发展环境分析

### 第一节 国内葡萄酒经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国葡萄酒经济发展预测分析

### 第二节 中国葡萄酒行业政策环境分析

## 第二章 中国葡萄酒市场规模分析

### 第一节 2008-2010年中国葡萄酒市场规模分析

### 第二节 2010年我国葡萄酒区域结构分析

### 第三节 中国葡萄酒区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

#### 第四节 2011-2015年中国葡萄酒市场规模预测

### 第三章 中国葡萄酒需求与消费者偏好调查

#### 第一节 2008-2010年中国葡萄酒产量统计分析

#### 第二节 2008-2010年中国葡萄酒历年消费量统计分析

#### 第三节 葡萄酒产品目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第四节 葡萄酒产品的品牌市场调查

##### 一、消费者对葡萄酒品牌认知度宏观调查

##### 二、消费者对葡萄酒产品的品牌偏好调查

##### 三、消费者对葡萄酒品牌的首要认知渠道

##### 四、消费者经常购买的品牌调查

##### 五、葡萄酒品牌忠诚度调查

##### 六、葡萄酒品牌市场占有率调查

##### 七、消费者的消费理念调研

#### 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

##### 一、价格敏感程度

##### 二、品牌的影响

##### 三、购买方便的影响

##### 四、广告的影响程度

##### 五、包装的影响程度

### 第四章 国产品牌葡萄酒市场价格分析

#### 第一节 价格形成机制分析

#### 第二节 2008-2010年国产品牌葡萄酒平均价格趋向势分析

#### 第三节 2011-2015年国产品牌葡萄酒价格趋向预测分析

### 第五章 国产葡萄酒优势品牌企业分析

#### 第一节 长城（中粮酒业有限公司）

##### 一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

## 第二节 张裕（烟台张裕葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

## 第三节 王朝（中法合营王朝葡萄酒有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

## 第四节 通化（通化葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

## 第五节 威龙（烟台威龙葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

## 第六节 新天（新天国际葡萄酒业）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

## 第七节 丰收（北京丰收葡萄酒有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

#### 四、品牌竞争策略

#### 第八节 紫轩（甘肃紫轩酒业有限公司）

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营状况

##### 三、品牌市场份额

##### 四、品牌竞争策略

#### 第九节 香格里拉（云南香格里拉酒业股份有限公司）

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营状况

##### 三、品牌市场份额

##### 四、品牌竞争策略

#### 第十节 龙徽（北京龙徽酿酒有限公司）

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营状况

##### 三、品牌市场份额

##### 四、品牌竞争策略

### 第六章 国产品牌葡萄酒竞争格局分析

#### 第一节 葡萄酒行业历史竞争格局概况

##### 一、葡萄酒行业集中度分析

##### 二、葡萄酒行业竞争程度分析

#### 第二节 葡萄酒行业企业竞争状况分析

##### 一、领导企业的市场力量

##### 二、其他企业的竞争力

### 第七章 2011-2015年国产品牌葡萄酒发展预测

#### 第一节 2011-2015年葡萄酒行业产量预测

#### 第二节 2011-2015年葡萄酒行业总资产预测

#### 第三节 2011-2015年葡萄酒行业工业总产值预测

#### 第四节 2011-2015年葡萄酒行业销售收入预测

### 第八章 2011-2015年我国葡萄酒行业投资价值与投资策略分析

## 第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

## 第二节 葡萄酒行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

## 第三节 2011-2015年国产品牌葡萄酒投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

## 第四节 葡萄酒行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

图表目录（部分）：

图表2005-2010年上半年国内生产总值

图表2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表2005-2010年上半年国家外汇储备

图表2005-2010年上半年财政收入

图表2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 &hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1103/26802915L7.html>